

網際網路使用者特性、現況與心理需求之探討

¹ 何星魁

² 鄭蜀芳

¹ 大仁科技大學休閒健康管理研究所研究生

² 大仁科技大學休閒健康管理研究所助理教授

摘要

本研究目的是從探討網際網路使用者的現況與其特性，並且藉此深入瞭解及心理需求層面，期望藉此能協助網際網路使用者學習適當的網路行為，抱持適宜網路使用心態，能正確擁有網路帶來的便利和資訊豐富性。

研究方法焦點團體訪談法中的「網路焦點團體」訪談法。結論認為女性使用者有逐漸增加的趨勢，學生還是其主要族群，教育程度以大學為主，多為居住在都會地區。使用年資平均9年與平均每週使用時間約為31小時以上，有逐年上升的趨勢。使用地點不外乎是家中有裝或是上網較便利以及辦公時使用。進行的活動常以搜尋資料及下載，也有不少使用者會在網路消費及表現自己。最後認為使用者會有過度依賴使用網路的症狀，應尋找其改善方法。

關鍵詞：網際網路使用者、心理需求、網路焦點團體訪談法



An Investigation into Internet User Characteristic, Current Conditions and Psychological Need

Sing-Kuei He¹ Su-Fang Wu²

¹ Institute of Leisure, Recreation & Health Management, Tajen University, Student

² Institutes of Leisure, Recreation & Health Management, Tajen University, Assistant Professor

Abstract

The purpose of this research is to investigate the characteristic of internet users nowadays, and insight their Psychological need levels. Hope this research can help internet users to behave themselves on internet, and they can enjoy the convenience of acquiring knowledge through appropriate attitude.

The whole research is focused on the method of "network focus group interviews"; it concludes that the female user appears to increase gradually. Most of them are university students living in urban areas. The time they spend on internet is averaging over 31 hours per week and they have been using internet at average 9 years, and their time of internet usage seems to increase year by year. They often use internet at home, office or other places where has internet devices, the most common internet activities is to research and download the information, and some of them will do E-shopping or showcase themselves on internet too. The conclusion shows that some internet users might have the problem of over using the internet and they should correct it with appropriate ways.

Key words: Internet user, Psychological need, Network focus group interviews method



壹、研究背景與目的

從九〇年代開始電腦和網際網路已快速的被人們所使用，已經成為理所當然的生活工具，且人們也很快的習慣數位科技所帶來的方便性。最新調查數據顯示我國經常上網人口達 883 萬人，寬頻用戶數達 289 萬戶，網路應用普及率為 39%，顯示台灣網際網路市場已日趨成熟（資策會，2004）。

網際網路、電腦、電視等媒體的普及成了人們作為主要休閒生活的型態，不論是上網搜尋資料、聊天、寄電子郵件、玩網際網路遊戲等。根據資策會 ACI-FIND (2003) 的調查中，顯示一個月內都有在家上網的受訪者，最常在家中上網從事的網際網路活動是「瀏覽資訊」(80%)、「收發電子郵件」(77%)，其次是「閱讀新聞」(55%)、「上傳與下載檔案」(51%)，所以「瀏覽資訊」和「收發電子郵件」是一般網際網路使用者最常從事的網際網路活動。網際網路使用者由電話撥接改成寬頻上網後，上網行為最大的改變是上網時間增加 (40%) 與傳輸較大的檔案 (17%)（資策會，2003）。

而為了滿足對外在世界的好奇以及接受新的資訊，人們快速地擴展的生活領域，並可藉由上網的過程中得到人們實現自我、展現成就感的機會（施香如，1998）。因此做為一位使用者會因為不同的網際網路活動而蘊含著不同的心理需求 (King, 1995)。

上網已經成為現代人重要的休閒活動之一，究竟網際網路使用者的性別、年齡、職業、教育程度及居住地點等特性為何？在網際網路上打發時間的管道有很多，像是上述所言如：資訊搜尋、線上收聽、收影音資料、上即時通訊和聊天室、玩線上遊戲等。因此本研究目的將探討網際網路使用者的現況與其特性，並且藉此深入瞭解及心理需求層面，期望藉此能協助網際網路使用者學習適當的網路行為，抱持適宜網路使用心態，能正確擁有網路帶來的便利和資訊豐富性。

貳、文獻探討

一、網際網路使用者之特性

網際網路使用者在工業化國家的人口中佔有相當的比例，以下就將一些實證研究或調查資料，蕃薯藤全球資訊網、天下雜誌、GVU 等所做的大型使用者調查結果，來說明網際網路使用者的特性：

(一) 性別

研究顯示發現網際網路使用者的性別比例，通常一致地表現出男性居多的傾向，但近年來，女性的使用者則有逐漸增加的趨勢 (Lohr & Rakow, 1995；GVU, 1998；天下雜誌，1997；蕃薯藤調查網，1998~2002)。整理如下表 2-1 所示：

表 2-1 臺灣網路使用調查數據整理（使用者性別）

使用者性別	1998	1999	2000	2001	2002
-------	------	------	------	------	------



男性	57.2%	54.4%	56.3%	55.2%	49.6%
女性	42.8%	45.6%	43.7%	44.8%	50.4%

資料來源：蕃薯藤調查網（1998~2002）。

(二) 年齡

研究調查發現網際網路使用者平均年齡多分佈在 18~34 歲之間（Lohr & Rakow,1995；GVU,1997；天下雜誌，1997；蕃薯藤調查網，1998~2002）。使用網際網路的年齡層分佈越來越廣，也有呈現年輕化的趨勢（蕃薯藤調查網，1998~2002；戴怡君，1999）。

(三) 職業

台灣目前的多項研究顯示出網際網路使用者的職業分佈主要還是以學生為主（郭欣怡，1998；蔡珮，1995；蕃薯藤調查網，1999；蘇芬媛，1996）。

(四) 教育程度

研究調查顯示使用網際網路使用者的教育程度常為大學或專科生（GVU,1997；天下雜誌，1997；蕃薯藤調查網，1998~2002；陶振超，1996）。

(五) 居住地區

研究調查發現目前的網際網路使用者大多為居住在都會地區（戴怡君，1999；蕃薯藤調查網，1998~2002）。

二、網際網路使用現況

由於網際網路已經越來越貼近生活，網際網路的功能也日趨多樣化，而網際網路使用者在網際網路上所能進行的功能也更加豐富化。以下就針對網際網路使用者的調查資料，來對目前網際網路使用行為的現況進行說明。

(一) 網際網路使用時間及使用年資

台灣網際網路使用者時數約在 2-15 小時之間，平均年資約為兩到三年，在使用次數上多為天天使用（GVU,1998；蕃薯藤調查網，1998~2002）。

(二) 網際網路使用地點

在蕃薯藤全球資訊網的台灣網際網路使用調查中，我們可以發現使用網際網路的地點，以家中居多，其次為利用公司或校園網際網路（蕃薯藤調查網，1998~2002）。

整理如下表 2-2 所示：

表 2-2 臺灣網路使用調查數據整理（主要使用網路地點）

主要使用網路地點	1998	1999	2000*	2001	2002
家裡	60.5 %	57.7 %		59.4 %	60 %
公司	17.9 %	21.7 %		26 %	27 %



學校	20.6 %	19.3 %	12.3 %	11 %
網咖	0.2 %	0.7 %	2 %	2 %
其他場所	0.8 %	0.6 %	0.3 %	0.5 %

資料來源：蕃薯藤調查網（1998~2002）。

*蕃薯藤調查網於2000年該項資料未統計。

（三）網際網路活動類型

各項研究調查經歸納分類主要網際網路活動類型如：「搜尋所需資料」、「網際網路線上遊戲」、「聊天與交友」、「收發電子郵件」、「閱覽新聞或雜誌」、「上傳或下載檔案」等六項居多（GVU,1998；蕃薯藤調查網，1998~2002；陳雪芬，2000）。整理如下表2-3所示：

表2-3 臺灣網路使用調查數據整理（最常在網路進行之活動類型）

最常在網路進行之活動	1998	1999	2000*	2001	2002
使用搜尋引擎	26.1%	29.8%		28.8%	28%
線上遊戲	1.4%	1.5%		4.1%	5%
聊天、交友	8.7%	7.4%		3%	5%
E-mail	7.7%	11%		21.8%	17%
閱讀新聞/雜誌	8.7%	8.6%		10.9%	13%
上傳、下載軟體	12.5%	11%		7.7%	7%

資料來源：蕃薯藤調查網（1998~2002）。

*蕃薯藤調查網於2000年該項資料未統計。

三、心理需求理論

心理需求是指個人在生活中所追求，用以滿足內心渴望的價值感而言（廖鳳池，1999）。能夠給予人們較持久的歡樂，多半來自個人與環境互動後經由學習而產生的心理狀態（吳英璋，1991）。而本研究探討網際網路使用者進行資訊搜尋時之心理需求乃參考Maslow之心理需求層次理論。Maslow需求層次論的七種需求如下：

Maslow（1970）主張人類有七種主要需求，分別為「生理需求」、「安全需求」、「愛與隸屬需求」、「尊重需求」、「自我實現需求」、「知識和理解需求」以及「審美需求」。根據Maslow的觀點，這些需求之間存有高低層次之分，如同三角錐形依序由下而上。此外依照Maslow所描述，這七種需求必然是在低層次的需求滿足之後，才會尋求高一層次的需求滿足，但是並非是要完全的滿足，才能尋求更高一層次的滿足。七種需求層級之間並無截然的界線區分，而是有相互的地方，因此並非要等某一需求得到百分之百的滿足後，另一層級的需求才會顯現。



四、網際網路心理需求

在台灣研究方面有對網際網路心理需求歸納出五項，分別是「網際網路性的需求」、「網際網路親和需求」、「網際網路成就需求」、「網際網路自主需求」和「網際網路變異需求」（楊佳幸，2001；蔡銘城，2003）。以下便以這五大向度敘述如下：

(一) 網際網路性的需求

性是人類最基本的生理需求之一，經由網際網路的匿名以及去脈絡化的特性，使用者能夠較為開放地、赤裸地、甚至於實驗地進行一些他們不敢在真實世界中完成的事情，包括使用煽情的語言聊天、網際網路性愛等。

會嘗試使用網際網路進行被禁止的活動（如上限制級網站）以及下載限制級影片或圖片之使用者，基於此表現下應與 Maslow 需求層次論的七種需求中的生理需求之觀念相似。會短暫獲得愉快的感受，直到生理需求獲得適當的滿足為止（Maslow, 1970）。屬於較低層次的需求，而在男性方面之情況是經常可見。

(二) 網際網路親和需求

親和需求指的是個體對其他人所存有的與之親近的內在需要，人都需要別人關心，需要友誼、需要愛情，需要別人認可支持與合作（張春興，1991）。在網際網路世界中，使用者可以透過頻繁的、長時間的上網，來能滿足與人接觸、獲取社會認同的親和需求。甚至由於網際網路世界中，一些普遍在現實世界中必須遵守的常規並不那麼絕對，反而在某種情況下，更加速了人與人之間親密感覺的形成。不論如何，幾乎任何人都可以在網際網路上認識、結交新朋友（蕭銘鈞，1998；韓佩凌，2000）。甚至於找到與自己興趣與心靈相契合的團體加入（蘇芬媛，1996）。尤其對於一些在現實生活當中，有人際社交困難的人來說，透過網際網路來與人接觸無疑是相當吸引人的（Szalvatziz, 1999）。

關於個體需要關心、感情、獲得認可、互相合作與支持及心靈契合等表現（張春興，1991；蘇芬媛，1996；Szalvatziz, 1999）。在 Maslow 需求層次論的七種需求中應屬於愛與隸屬需求，會依天性趨使，例如尋求眾人接納、拓展人際關係的需求或與朋友互動，此觀念是在前兩者需求獲得滿足後才會追求（Maslow, 1970）。

(三) 網際網路成就需求

所謂成就需求，是指個人追求成就的內在動力，包含了三種意義：一是個人追求進步以達成希望目標的內在動力；二是從事某種工作時，個人自我投入精益求精的心理；三是個人於不順利的情境中，克服困難奮力達成目標的心理（張春興，1991）。在網際網路世界中，由於科技發展一日千里，提供使用者不斷的學習以及克服某些困難與挑戰的機會，提供滿足個體成就需求的管道（Suler, 1999）。

根據 Maslow 需求層次論的七種需求中應屬於自我實現需求。依據 Maslow 觀點



認為人會不斷地實現自己的潛能，進而促使自己達成目標，會有想超越的感覺出現，另外也符合尊重需求之名譽需求之論點，指出個體會對自身能力、實力、成就及自信心等有價值肯定的需求 (Maslow, 1970)。皆與網際網路使用者心理需求有相同之處。

(四) 網際網路自主需求

自主需求指的是企圖突破並反抗各種拘束、限制或束縛，喜愛自由自在、無拘無束，不願被人、地及責任所限制；當受束縛時會反抗 (林邦傑、翁淑緣，1996)。由於網際網路世界匿名的特性，使用者可以更放心的表達自己的意見，說一些平時不敢說的話，或平時不敢做的事 (簡恆信，1999)，甚至於擺脫既有的社會規範，作一些現實生活申不容許的事情，隨心所欲，不用負責 (蘇芬媛，1996)。

根據 Maslow 需求層次論的七種需求中與尊重需求之自尊需求相比較，首先指出個體會具有被認可、被接受或被他人所肯定、尊重的優越需求 (Maslow, 1970)。由於網際網路自主需求所追求的是自由自在不想受責任所限制 (林邦傑、翁淑緣，1996；簡恆信，1999；蘇芬媛，1996)。但本研究認為自我尊重必須基於他人尊重之上，不過在追求自由情況下，也必須尊重他人，要記住尊重但不是輕易接受，因此無論怎樣情況也要有不侵犯他人的觀念，才是真正的自主，也才是真正尊重。

(五) 網際網路變異需求

變異需求指的是喜歡新的不同的經驗、討厭並避免例行公事、亦適應環境的變化、在不同的情境下易改變其觀點與價值觀念 (林邦傑、翁淑緣，1996)。在楊佳幸 (2001) 的研究中表示網際網路變異需求則指的主要是個體在網際網路上喜歡新的不同的經驗。由於網際網路世界提供另一個舞台，使用者可以自訂性別、年齡、種族等，往往文字的描述即便建構個體在網際網路上的屬性，透過對自己屬性的創造，得以扮演與現實生活中不同的身份 (蕭銘鈞，1998；韓佩凌，2000)。

根據 Maslow 需求層次論的七種需求中類似審美需求。依據 Maslow 的觀點認為個體有時會追求對稱、系統、結構以及完備，以獲致美感經驗，並使生活更富情趣 (Maslow, 1970)。例如會偶而享受有別以往的感受，或是會在網際網路上表現出自己的另一種個性或是會想在網際網路上扮演別人的感覺等表現 (林邦傑、翁淑緣，1996；蕭銘鈞，1998；韓佩凌，2000)。但此情形不一定會通用在每個人，會因人而異有不同的表現 (楊佳幸，2001)。此外若依照 Maslow (1970) 所描述這七種需求並非一定要完全的滿足，才能尋求更高一層次的滿足，七項需求層級之間並無截然的界線區分。因此對於網際網路心理需求而言，也許不會有需求層級之先位順序關係的表現。

總結上述，整體而言使用網際網路在 Maslow 需求層次論的七種需求中會屬於知識和理解需求之中，基於 Maslow 的觀點認為精神健康的人都有一個特點就是好奇心，所以對於知識和理解需求，不僅將其定義為尋找意義，而且假設人有一種理解、組織、分析事物、



使事物系統化的慾望，一種尋找諸事物之間的關係和意義的慾望以及一種建立價值體系的慾望 (Maslow, 1970)。因此姑且不論種種需求，光以利用網際網路來搜尋資訊這一點，就符合在此之中。

參、 研究方法

焦點團體法是社會科學研究中相當常用的一種質化研究方法，並由於本研究將以網際網路使用者為主，因此採取焦點團體訪談法中的「網路焦點團體訪談法」，更能針對網際網路使用者瞭解使用網際網路的現況及特性與心理需求。此外利用焦點團體訪談法也能節省較多的研究成本 (Edmunds, 1999；David W. Stewart & Prem N. Shamdasani 著/歐素汝譯，2000)。因此在節省研究成本支出考量下採取此方法，以利本研究更能順利進行，並有更進一步的發現。

Edmunds (1999) 指出有五種不同的焦點團體型態：電話焦點團體、迷你焦點團體、三人/二人焦點團體、網路焦點團體、視訊焦點團體。而網路焦點團體 (Internet focus groups)：此種焦點團體是一虛擬的焦點團體，參與者已經被限定是上網人口，並透過網際網路進行討論。透過網路焦點團體可以打破參與者時間與地域的限制，可以較省時省力的方式進行討論，而網路匿名性也提供參與者一個相當自在的討論環境，可以讓參與者知無不言、言無不盡。

由於即時通訊是屬於網際網路應用活動之一，即時通訊儼然成為一種全新的溝通媒介，功能相當多樣化，相當具有實用性，除提供使用者線上即時文字交談的基本功能外，多數即時通訊尚提供了檔案傳輸、語音聊天、視訊聊天、線上交友等功能，同時結合了電子郵件、瀏覽器與行動通訊設備等功能 (資訊應用研究室, 2003；王緒溢、梁仁楷, 2003；蕃薯藤, 2004；MSN Messenger, 2006)。

一、 抽樣方法及研究對象

使用者本身已經被限定是使用網際網路之人口，且考量到時間與成本問題，因此本研究採取「網路焦點團體」，將利用即時通訊直接和受訪者進行團體的討論，以實際瞭解網際網路使用者之使用現況、特性及心理需求，並針對研究主題取得較為豐富的質化資料。而為了控制討論的有效進行以及讓受訪者有更深入的討論，每次的焦點團體人數將限制八到十人所組成的團體，以確保不會造成訪談結果的偏誤 (Edmunds, 1999；David W. Stewart & Prem N. Shamdasani 著/歐素汝譯，2000)。

焦點團體的組成均以有使用台灣最大的即時通訊服務軟體 MSN Messenger 即時通訊經驗之使用者為主，受訪者是從研究者本身即時通訊的聯絡名單中選出第一位連絡人，再以滾雪球的方式依序邀請各受訪者聯絡名單中的其他連絡人在共同聊天室參與本次研究，屬於非機率抽樣的立意樣本，進而達到進行焦點團體之目的，並有將受訪內容利用 MSN Messenger 之另存新檔轉存文字檔之功能，以利研究資料之收集。



二、研究大綱

本研究將以「網際網路性的需求」、「網際網路親和需求」、「網際網路成就需求」、「網際網路自主需求」和「網際網路變異需求」等五大向度作為參考，以利進行設計出本研究訪談大綱（楊佳幸，2001；蔡銘城，2003）。訪談大綱採用開放性問題，共分為三大部分：第一部份為網際網路使用者之特性分為性別、年齡、職業、教育程度及居住地點等五項基本資料。第二部份為網際網路使用者現況分為網際網路使用時間及使用年資、網際網路使用地點、網際網路活動類型等三項。第三部份則是網際網路心理需求之開放性問題進行訪談。如附錄一所示。

三、研究設計

本研究以訪談大綱進行網路焦點團體訪談，並分為兩場於2005年11月20日與2005年12月20日晚上八點進行兩次焦點團體訪談，團體訪談進行時間皆約為90分鐘，進行方式則是透過台灣最大的即時通訊服務軟體MSN Messenger直接進行線上討論以收集訪談資料。同樣依滾雪球的方式進行抽樣，每次團體成員控制在十人，兩次團體訪談共二十人，而年齡、性別及職業等無任何限制。

四、資料處理

訪談結束後，研究之訪談資料內容利用MSN Messenger之另存新檔轉存文字檔之功能，將資料彙整之後以電子郵件的方式傳送至受訪者，請受訪對象進行檢閱及確認其適切性。爾後才開始著手資料處理並以內容分析法分析資料，其概念是將文件中的文字歸類為有系統的內容（Weber, P. Robert 著/林義男、陳淳文譯，1989）。並且使用研究者三角檢驗進行比對，經由不同的研究人員或評鑑人員審閱分析盡可能地以第三者角度來檢驗資料提高研究的信度（胡幼慧，1996）。

為了協助本研究檢驗其對象將選擇一位有受過質性研究訓練之研究生，並且是在有了解文獻探討的概念前提下分析，根據目的摘錄有關的資料，對各項資料加以編碼、歸納、統整、建檔及討論分析，共同分析出適切的引用句，最後整理出研究結果，並提出結論及建議。

肆、結果

本研究之焦點群體訪談結果經整理共登錄成一萬五千餘字的逐字稿，據以選取合適的引用句（quotations）並藉助訪談時所作之記錄資料，作出進一步分析如下：

一、節網際網路的使用特性

本研究以兩次的焦點團體訪談來進行，於2005年11月20日及2005年12月20日晚上八點，進行兩次的焦點團體訪談，團體訪談進行時間約為90分鐘。依男女性別之分作為編號，男性分別為R.M 1到9（Research & Man），女性分別為R.W 1到11（Research & Woman）。



經由受訪者的個人基本資料分析，共訪談了九位男性，十一位女性，共計二十位受訪者。受訪者 20 位平均年齡約為 26 歲（25.9 歲），最小為 19 歲（1 位）；最大為 35 歲（1 位）。在教育程度資料顯示最高程度為碩士（3 位）；最低為高中（1 位），而大部分為大學（15 位）。

在職業部份資料顯示服務業（6 位）及學生（5 位）為最多。在居住地資料顯示以台北市（7 位）及台中市（5 位）為最多。在家中是否有電腦及可連線至網路的資料顯示僅有 1 位沒有。

二、 網際網路的使用現況

在這個部份，本研究想要了解受訪者使用網際網路的現況，經資料分析後根據受訪者之網際網路使用年資顯示平均年資約為九年（8.55 年），最高為 15 年的有 1 位，最低 4 年的有 1 位，平均每週使用時間約為 31 小時（30.7 小時），最多為 70 小時/每週的有 2 位，最少為 10 小時/每週的有 1 位。

而網際網路使用地點之部份顯示都是以在家中或是公司使用為主，而原因不外乎是家中有裝或是上網較便利以及辦公時使用，還有學校使用。在網際網路活動類型上顯示受訪者最常進行的活動以每位受訪者皆有利用搜尋引擎進行搜尋資料，如 yahoo 或 google 等網站。而使用 msn 或是 yahoo 即時通也成為現在網際網路使用者最為普遍的活動之一，此外，使用電子郵件及下載音樂 MP3 也是多數受訪者從事的活動。

而在其他網際網路活動方面，有少數的受訪者會有自己的部落格¹，有的受訪者則表示自己會使用網路拍賣或是網上購物訂票及網路的交友網站等等，但有 2 位受訪者，則表示會去看能解決生理需求的網站，或是想要去會去搜尋某位女孩的身影，這是比較特別的地方。

三、 網路的心理需求

在此部份想了解網際網路使用者在使用網際網路之後，可達到何種心理需求，分別依照「下載限制級影音或圖片」、「分享心情及人際互動」、「使用網路的收穫」、「找到滿足的

¹ 部落格；網誌（blog）是網路日誌（weblog）的簡寫，也有人從英文音譯為部落格、部落閣、博客等；指的是以網頁作為呈現媒介的個人專欄，也有人把它稱做網頁型態的專欄；網誌是個人或群體以時間順序所作的一種記錄，並且不斷更新。網誌能將使用者的意見與想法傳遞在網路上，更可以讓興趣相投的網友交換建議並了解彼此；網誌的內容沒有限制，只要能上網的人，無論是放一些相片，影片，音樂和文字也可以經營；還可以抒發心情、紀錄生活、討論時事政治，甚至發展成為具有影響力的媒體，而且是參與門檻低和深具影響力的行銷媒介（維基百科，2004）。



東西或依照想法進行活動」、「可表現出的另一種個性」、「對於生活上的變化」等六類，因此將資料內容分析擷取出重要的引用句，並歸納整理類別如下：（）中代表有雷同想法。

（一）下載限制級影音或圖片

回答會的受訪者：共有 11 位，9 位男性，2 位女性。

男人天性「會，你知道的，男生都愛。」（RM1，RM2，RM3，RM4，RM5，RM9）

好奇心「會，我覺得好看、有時候也會因為好奇吧！」（RM6，RW8，RW10）

迅速下載「會！因為網路方便！無需付費！而且速度與即時性都很符合現代人生活！」（RM7）

隱私欣賞「會，因為我覺得具有隱私保護，也可以私密空間欣賞..自己可以欣賞。」（RM8）

回答不會的受訪者：共有 9 位女性。

「不會耶，因為我覺得容易中毒說。」（RW1，RW2，RW3，RW4，RW5，RW6，RW7，RW9，RW11）

（二）分享心情及人際互動

回答會的受訪者：共有 18 位，10 位男性，8 位女性。

有所限制，互動普通「我會...但不會全部分享...我可能會保留一部份，或使用限制功能，有的人我可能不想讓他們看到吧！人際間互動對我來說...我覺得沒有應該沒大大幫助耶。」（RM1，RW2）

深入了解內在「會，會寫日記或是部落格等等。我會寫下真實的心情與想法，網路是現代人的另一種抒發情感的通路，現代人已習慣用網路來解決與面對一切，尤其是 m s n 通訊的流通，讓許多人都以此為溝通媒介，透過電腦的距離，讓想表達的事轉換成經過思考後的內容，讓人與人之間的心在網路上能赤裸裸的呈現，反觀到現實生活中的人生壓力與迅速的生活環境，也因此的距離之隔，已漸而導致在人際關係上的冷漠或不擅表達」（RM2，RW8，RW9，RW11）

刺激想法，朋友互助「會呀，我覺得網路人際互動關係比現實生活來的廣泛，人們也比較勇於發表自己的意見，尤其喜好厭惡比現實中的人們區別的更加明顯。」（RM3，RM4，RM6，RM9，RW1，RW3，RW4，RW6）

文字魅力「會，我覺得文字的魅力是大於言語的表達的，而且可以用另一型態表達給對方，還可以不讓對方知道我自己的表情。」（RM8，RW10）

拉近朋友距離「會！人際互動方面的話！就是與朋友的距離拉近了吧！即使在家也可以與朋友進行交談、玩遊戲等等...。」（RM7，RW7）

回答不會的受訪者：共 2 有位，1 位男性，1 位女性。



「對我來說沒有什麼變化」(RM5, RW5)

(三) 使用網路的收穫

共有 20 位，9 位男性，11 位女性。

節省時空，資訊易取「我覺得可節省時間空間...改變人類操作行為像是很多東西電腦都可以完成了....但我對於網路給我的收穫很難去定義，它給我什麼收穫耶!!!!!!」(RM1, RM2, RM3, RM4, RM6, RM8, RM9, RW1, RW2, RW3, RW4, RW5, RW6, RW7, RW8, RW11)

吸取知識經驗「我覺得可與別人分享經驗與知識」(RM5, RM7)

網路拍賣「對我來說是吸收資訊變快，還有購物的型態開始改變，因為工作的忙碌變得不想太浪費時間在 shopping 上，如果能把自己購買的物品送至家中是非常便利的。」(RW9)

排解無聊「可以排遣時間吧！因為如果無聊不知做什麼事的時間，就可以找人聊天呀」(RW10)

(四) 找到滿足的東西或依照想法進行活動

回答可以的受訪者：共有 16 位，7 位男性，9 位女性。

資訊「我覺得大部份可以滿足大部分我想找的東西」(RM2, RM4, RW1, RW2, RW3, RW5, RW9, RW10, RW11)

友情「覺得，可以，例如網聚，或是成立俱樂部讓跟自己有相同興趣並志同道合的朋友能夠一同討論。」(RM3, RM5, RM6, RM9)

網路拍賣「可以，網路上的資訊千奇百怪，任何東西都可以查詢的到！亦或是可以相關字連結到相近的資料，譬如像我會在拍賣網站上打上‘整人’然後我就可以看見一些整人商品，或開趴替的道具，或是魔術玩具等等，馬上即可獲得符合自己所渴望的需求出現，供給我點選！」(RM8, RW4, RW8)

回答不可以的受訪者：共有 4 位，2 位男性，2 位女性。

尋找有限「我覺得不可以滿足吧！因為有些東西網路還是沒辦法找到。」(RW6, RW7)

虛擬不能取代現實「我覺得應該不能說全部...畢竟虛擬還是不能完全取代現實呀...只是多了一種模式可選擇...」(RM1)

非領域所學「不可以！不一定能依照自己的想法來做某些活動！像是...撰寫或修改網頁等等～因為這不是我領域所及的東西！」(RM7)

(五) 可表現出的另一種個性

回答可以的受訪者有人：共有 15 位，8 位男性，7 位女性。

不具名特性，可化身成多性格「我覺得呀人類在虛擬世界的行為都會不一樣...



因為網路特性裡有一種不具名特性...所以可以化身成很多性格..如果硬要說清楚...我想應該是不能在現實生活展現的個性。」(RM1, RM4, RM7, RM8, RM9, RW2, RW7, RW10)

放開心胸，自由思考「我覺得我在網路上可以比較容易放的開，可能是環境的關係也可能是再此可以自由思考，跟人互動的時候也可以隨意剪裁自己的思考邏輯，跟遠方的朋友同步討論。」(RM2, RM3, RM6, RW4, RW6, RW8, RW11)

回答不可以的受訪者：共有 5 位，1 位男性，4 位女性。

「不太容易耶，我本身的個性就是比較不會隱瞞的人，所以我也不認為在網路上我能夠扮演不同個性的人，如果有的人就是會在不同的人面前出現不同的個性，當然在網路上他就能夠輕易的扮演不同個性。」(RM5, RW1, RW3, RW5, RW9)

(六) 對於生活上的變化

節省時間和費用「對我來說是時間吧...節省很多..例如我可以跟國外的朋友聊天...或是上網繳費等等，省去很多時間。」(RM1, RW1, RW5)

易接收資訊「是～使用網路之後～會讓自己的生活變得多樣化～像是...習慣每天固定瀏覽一些網頁～收集與了解一些資訊等等～這些必須透過網路才能獲得的！」
(RM7, RM9, RW2, RW9)

日常習慣「有，幾乎每天起來張開眼睛到閉上眼睛都想要用網路那怕是上網不知道要做些什麼事情。」(RM6, RM8, RW6, RW7, RW8)

過度依賴網際網路「熬夜，黑眼圈浮腫，爆肝，朋友圈變廣，但只限於網上，平常比較少出門，因為幾乎網上什麼事情都能辦妥。快變宅男¹了，救命阿！！」
(RM2, RM3, RM4, RM5, RW4, RW10, RW11)

友情連絡「現在上網似乎變成是生活中的一部份吧，然後每天下班回家，也會特地空個一兩個小時上網！和朋友之間也是這時候連繫～讓我覺得很開心！」(RW3)

伍、 結論

本研究透過與網際網路使用者的對話，蒐集網際網路使用者現況、特性及使用時心理需求為何？尋找出有助於了解網際網路使用者問題全貌之更多角度。茲綜合歸納出相關概

¹ 宅男、宅女：最初的定義即從御宅族的連用法而來；御宅族的定義為單指熱衷於動畫、漫畫及電腦遊戲等次文化的人；「宅男」的原意就是男性御宅族，女性則稱宅女；但是隨著人們使用，「宅」這個字的定義，已經被人直接聯想到中文字「宅 = 家」的用法，因此現在大部份的人使用宅男或宅女這個字眼，一般而言是指不善與人相處，或是整天待在家生活圈只有自己；但使用上大多還是為貶意（維基百科，2004）。



念如下：

一、網際網路使用者特性

網際網路使用者性別方面女性的使用者則有逐漸增加的趨勢 (GVU,1998；天下雜誌, 1997；蕃薯藤調查網, 1999)。本研究顯示女性人數比男性多，因此對此觀點頗為認同。而網際網路使用者平均年齡多分佈在 18~34 歲之間 (Lohr & Rakow,1995；GVU,1997；天下雜誌, 1997；蕃薯藤調查網, 1998~2002)。本研究顯示平均 26 歲也落在範圍當中。網際網路使用者的職業分佈主要還是以學生為主 (郭欣怡, 1998；蔡珮, 1995；蕃薯藤調查網, 1999；蘇芬媛, 1996)。而本研究顯示學生還是其主要族群。

網際網路使用者的教育程度常為大學或大專生 (GVU,1997；天下雜誌, 1997；蕃薯藤調查網, 1997；陶振超, 1996)。同樣也與本研究資料顯示大學程度有 15 位為最多。網際網路使用者大多為居住在都會地區 (戴怡君, 1999；蕃薯藤調查網, 1998~2002)。而本研究資料也顯示大多為台北、台中縣市居多。

二、網際網路使用現況

(一) 網際網路使用時間及使用年資

網際網路使用者時數約在 2-15 小時之間，平均年資約為 2 到 3 年，在使用次數上多為天天使用 (GVU,1998；蕃薯藤調查網, 1998~2002)。經本研究發現隨著網路的普及性，在網際網路的使用年資 9 年與平均每週使用時間約為 31 小時以上，有逐年上升的趨勢。

(二) 網際網路使用地點

而網際網路使用地點之部份，以家裡其主要使用網際網路地點 (蕃薯藤調查網, 1998~2002)。而本研究顯示大部份的網路使用者，還是以在家中或是公司使用為主，而原因不外乎是家中有裝或是上網較便利以及辦公時使用，還有部份因為學校有開設資訊相關課程，所以會在學校使用網路。

(三) 網際網路活動類型

最常進行的活動也是以搜尋引擎進行搜尋資料，如 yahoo 或 google 等網站。而使用 msn 或是 yahoo 即時通也成為現在網際網路使用者最為普遍的活動之一。此外，使用電子郵件及下載音樂 MP3 也是多數使用者從事的活動。也與一些研究相同 (GVU,1998；蕃薯藤調查網, 2002；陳雪芬, 2000)。

而在其他網際網路活動類型上，也有不少使用者會有自己的部落格，代表他們也重視自己的意見與想法能傳遞在網路上拓展人際關係，也會使用網路拍賣或是網上購物訂票及網路的交友網站等等，證明了網路具有資訊豐富性及便利性。而有些使用者還會去瀏覽色情網站，以解決生理需求。更有使用者會去搜尋某位女孩的身影，這或許是寂寞及思念的關係。



三、 網際網路心理需求

此部份想了解網際網路使用者在使用網際網路之後，可達到何種心理需求，分別依照「下載限制級影音或圖片」、「分享心情及人際互動」、「使用網路的收穫」、「找到滿足的東西或依照想法進行活動」、「可表現出的另一種個性」、「對於生活上的變化」等六類，因此將資料內容分析擷取出重要的引用句，並歸納整理類別如下：

(一) 下載限制級影音或圖片

本研究歸納為下列幾點：「男人天性」、「好奇心」、「迅速下載」、「隱私欣賞」。研究發現，在男性使用者都曾經在網路上觀看色情網站或是下載，而大多數的男性覺得是男人的天性，有性的需求存在，認為這是很正常的。少數的使用者可能會基於好奇心，或者是因為在網路上下載的速度很快，所以會去下載色情圖影片等等。除此之外，本研究也發現多數的女性使用者認為去觀看色情網站，是因為沒有這樣的需求，所以不會去上這樣的色情網站，但也有使用者認為色情網站容易使電腦中毒，因此基於這樣的因素，也不會去上色情網站。

(二) 分享心情及人際互動

本研究歸納為下列幾點：「有所限制，互動普通」、「深入了解內在」、「刺激想法，朋友互助」、「文字魅力」、「拉近朋友距離」。研究發現，大多數的使用者，都認為在網路上，可以分享一些平常生活中的心情及想法，有的使用者甚至於成立了個人的部落格，在網路上寫下自己的心情日記，與網友分享，有的使用者則能可以利用網路交友聊天，來拉近朋友間距離，或是找到興趣相同的網友，發展出不一樣的網路友誼。但還是有少部份使用者在這樣的網路關係中，對於自己本身與朋友間的互動，並沒有很大的影響或是改變。

(三) 使用網路的收穫

本研究歸納為下列幾點：「節省時間，資訊易取」、「吸取知識經驗」、「網路拍賣」、「排解無聊」。研究發現多數的使用者都認為由於網路的快速化，他們在找尋資料的時間變短，而且跟以往相較之下，使用網路搜尋，不但資訊豐富也更加的便利，比如會利用網路來觀看新聞或是了解現在時事。有的使用者則會利用網路來進行拍賣，或是在網路上購買市面上已經找不到物品。

(四) 找到滿足的東西或依照想法進行活動

根據本研究使用者的回答資料，本研究歸納為下列幾點：「資訊」、「友情」、「網路拍賣」、「尋找有限」、「虛擬不能取代現實」、「非領域所學」。研究發現大部份的使用者會使用網路來找自己想要的資料或東西，因為很容易及方便，這樣的知識獲得，讓大多數的使用者感到滿意。而另一方面，有使用者可以在網路上容易找到相同志趣的人，並且有所謂的網路家族成立，讓自己的人際關係上獲得認同。此外，有使用者

能利用網路拍賣找到許多令人意想不到的物品，可以滿足自己的購物需求。不過，也有使用者還是認為雖然網路快速方便，但有些資訊或其他她們想要就算是在網路上也無法找到，且虛擬的網路世界，還是無法取代現實世界所的。

(五) 可表現出的另一種個性

本研究歸納為下列幾點：「不具名特性，可化身成多性格」、「放開心胸，自由思考」。研究發現大部份的使用者在網路上可以表現出另一方面的自己，可能是平常不會說的話，或是平常別人不知道的個性等，有些使用者會因在網路上更能開放地與別人聊天或是表現出有趣的一面，也有使用者的網路個性表現出自己比較內心的一面。不過還是有使用者不會在網路上表現出自己的個性。但也有使用者在網路世界與真實世界的自己並無不同。

(六) 對於生活上的變化

本研究歸納為下列幾點：「節省時間和費用」、「易接收資訊」、「日常習慣」、「過度依賴網際網路」、「友情連絡」。研究發現大多使用者可以透過網際網路得到需多生活的好處，比如易接收資訊及節省時間和金錢。有的使用者會利用網路來與國外的朋友聊天以節省國際費用。也有的使用者認為使用網路已經成為每天的必需品，但是這卻有可能會變成過度的依賴網際網路，讓自己的生活作息受到影響。不過使用者幾乎認為網際網路的發達的確帶來許多生活上的便利性。

三、省思與建議

人都有一個特點就是好奇心，所以對於知識和理解需求，不僅將其定義為尋找意義，想去理解、組織、分析事物、使事物系統化的慾望 (Maslow, 1970)。隨著網際網路的發達，使用網際網路已經成為現代人的生活必需品之一，也是現代人對於諸多人事物去瞭解的想法和方法，網路固然帶來生活上許多的便利性，也幫助現代人在資訊的獲得，有更快速的管道，但在這樣的網路效應裡背後的問題，才是我們所需要去深思的。

在這次的研究訪談之下，發現網際網路的使用者，有時會容易沉溺於網路世界中，這對於生活或是工作上，都可能會帶來不小的影響。而網路世界的過於虛擬，也很容易令人失去判斷力，也容易成為一個製造犯罪的地方，此外，過度的沉迷於網路世界，不但讓自己原本的生活作息改變，也影響了自身的健康，因此，網際網路所帶給我們的是便利還是沉溺，則是現代人值得去深思的問題。也建議後續研究關於使用網際網路之研究可朝網際網路者之過度依賴方面進行探討，尋找出改善之方法。



參考文獻

- 天下雜誌（1998）。1998 網路大調查。檢索日期 2006 年 10 月 29 日。取自網址：
<http://www.cw.com.tw/index.htm>
- 王緒溢、梁仁楷（2003）。MSN Messenger 6 中文版帶了就走：即時通訊樣樣精。
台北：碁峯資訊股份有限公司。
- 吳英璋、金樹人、許文耀（1991）。面對壓力—身心健康手冊。台北市：教育部
訓育委員會。
- 林邦傑、翁淑緣（1996）。大專人格測驗的修訂。教育與心理研究，9，1-26。
- 胡幼慧（1996）。質性研究：理論、方法及本土女性研究實例。台北：桂冠出版
社。
- 張春興（1991）。張氏心理學辭典。台北：東華書局。
- 郭欣怡（1998）。網路世界的我與我們—網路使用者心理特性與網路人際關係特
性初探。未出版碩士論文，國立台灣大學心理研究所，台北市。
- 陳雪芬（2000）。網路春色蕩漾，學生難以抗拒。檢索日期 2006 年 10 月 25 日。取自網站：
<http://www.tcc.gov.tw/~tcco/42/news890602.htm>
- 施香如（1998）。中學生父母對子女網際網路沈迷現象之態度與行為研究。國家
科學委員會專題研究計畫。
- 陶振超（1996）。台灣地區全球資訊網（WWW）使用者調查。未出版碩士論文，國立交
通大學傳播研究所，新竹市。
- 楊佳幸（2001）。高雄區大學生網路使用行為、網路心理需求與網路沉迷關係之
研究。未出版碩士論文，國立高雄師範大學輔導與諮商研究所，高雄市。
- 資策會（1997）。我國 Internet 應用現況調查。檢索日期 2006 年 10 月 23 日。取自網址：
<http://www.find.org.tw/oriinews/focus/user98/user98.htm>
- 資策會（2002）。教育部完成全國三千六百所中小學校 ADSL 網路建置。經濟部
技術處 Internet 應用研究計畫/資策會 ECRC-FIND。檢索日期 2006 年 10 月 23 日。取
自網站：http://www.find.org.tw/0105/news/0105_news_disp.asp?news_id=1022
- 資策會（2002）。網路漸成教育資源重要工具。經濟部技術處 Internet 應用研究
計畫/資策會 ECRC-FIND。檢索日期 2006 年 10 月 23 日。取自網站：
http://www.find.org.tw/0105/news/0105_news_disp.asp?news_id=1934
- 資策會（2003）。我國家庭資訊通信技術應用概況。經濟部技術處 Internet
應用研究計畫。檢索日期 2006 年 10 月 23 日。取自網站：
http://www.find.org.tw/0105/howmany/howmany_disp.asp?id=65



- 資策會（2004）。我國網際網路用戶數調查。經濟部技術處 Internet 應用研究。檢索日期 2006 年 10 月 23 日。取自網站：
http://www.find.org.tw/0105/howmany/howmany_disp.asp?id=70
- 資訊應用研究室（2003）。網際網路應用快易通。台北：台科大圖書股份有限公司。
- 維基百科（2004）。維基百科，自由的百科全書。檢索日期 2006 年 11 月 28 日。取自網站：
http://zh.wikipedia.org/wiki/%E5%AE%85%E7%94%B7_%28%E9%80%9A%E4%BF%97%E7%94%A8%E6%B3%95%29
- 廖鳳池（1999）。一般青少年與適應困難青少年心理特質差異之分析研究。載於 國立彰化師範大學主編，1999 年跨世紀輔導與諮商學術研討會論文（116-141）。彰化：彰化師範大學。
- 蔡珮（1995）。電子佈告欄使用行為與社會臨場感研究—以台大計中 BBS 站為例。未出版碩士論文，國立交通大學傳播研究所，新竹市。
- 蔡銘城（2003）。高雄市公立國小高年級學童網路心理需求與網路活動類型之研究。未出版碩士論文，國立高雄師範大學工業科技教育研究所，高雄市。
- 蕃薯藤調查網(1998~2002)。蕃薯藤第四次台灣網路使用調查。檢索日期 2006 年 11 月 4 日。取自網站：<http://survey.yam.com.tw/99/>
- 蕭銘鈞（1998）。台灣大學生網路使用行為、使用動機、滿足程度與網路成癮現象之初探。未出版碩士論文，國立交通大學傳播研究所，新竹市。
- 戴怡君（1999）。使用網際網路進行互動特質之探索。未出版碩士論文，私立南華大學教育社會學研究所，嘉義縣。
- 韓佩凌（2000）。台灣中學生網路使用特性、網路使用行為、心理特性對網路沈迷現象之影響。未出版博士論文，國立台灣師範大學教育心理與輔導學系，台北市。
- 簡恆信（1999）。虛擬社群匿名行為模式研究—以網際網路電子布告欄為例。未出版碩士論文，私立東吳大學社會學系，台北市。
- 蘇芬媛（1996）。網路虛擬社區的形成：MUD 之初探性研究。未出版碩士論文，國立交通大學傳播研究所，新竹市。
- David W. Stewart & Prem N. Shamdasani 著/歐素汝譯（2000）。焦點團體：理論與實務。台北：弘智文化。
- MSN Messenger（2006）。台灣首頁。檢索日期 2006 年 11 月 4 日。取自網站：<http://www.msn.com.tw/>
- Weber, P. Robert 著/林義男、陳淳文譯（1989）。內容分析法導論。台北：巨流圖書公司。



- Edmunds, H (1999) .*The focus group research handbook*. Lincolnwood (Chicago) : NTC/Contemporary Publishing Group, Inc.
- GVU (1998) .The GVU Center's 9th WWW User Survey. *Graphic, Visualization, and Usability Center*. Retrieved November 4,2006,from the World Wide Web:http://www.gvu.gatech.edu/user_survey/surveys/suvey-1998-04/
- King, S. A. (1995) .*Effects of Mood States on Social Judgments in Cyberspace: Self Focused Sad People as the Source of Flame Wars*. Retrieved November 4,2006,from the [On-Line] Available at Web:<http://www.grohol.com/storm1.htm>.
- Lohr, M. & Rakow T. C. (1995) . Audio Support for an Object-Oriented Database Management System. *Multimedia Systems Journal*, 3, 5-6.
- Maslow, A. H. (1970) .*Motivation and personality*. 2nd ed., New York: Harper & Row.
- Schacter, J., Chung, G.. & Dorr, A. (1998) . Children's internet searching on complex problems: Performance and process analyses. *Journal of the American Society for Information Science*, 49,9, 840-849.
- Szalvatz, M. (1999) . Can we become caught in the web. *Newsweek*, 134,23, 11.
- Suler, J. R. (1999) . To get what you need: Healthy and pathological internet use. *CyberPsychology & Behavior*, 2, 5, 385-393.



附錄一 訪談大綱

第一部份 網際網路的使用特性

在訪談的開始前，首先是對受訪者等基本資料進行了解。

1. 性別：
2. 年齡：
3. 教育程度：
4. 職業：
5. 居住地區：

第二部份 網際網路的使用情況

在此部份，我們想了解您在使用電腦的情況。

1. 請問您的家中是否有電腦？
2. 請問您的家中電腦是否可以連線至網際網路？
3. 請問您使用網路的年資大約多久？每週平均時間大約多久？
4. 請問您大部分使用網路的地點在哪？為什麼？
5. 請問您會使用網路進行什麼樣活動類型，請您大約說明使用的情形？
6. 請問您除了上述的活動之外，您還曾經使用網路來做那些的活動呢？

第三部份 網路的心理需求

最後一部份，我們想了解您在使用網際網路之後，對您而言有達到何種心理需求。

1. 請問您是否會使用網際網路下載限制級影音或圖片？為什麼？
2. 請問您是否會在網路上分享自己的心情，對於人際間互動的關係有何變化？情況是如何？
3. 請問您覺得在使用網路之後，您自己覺得最大的收穫是什麼？為什麼？
4. 請問您是否覺得網路可以滿足您所想要找的東西，或是可以依照您的想法來做活動？做些什麼活動？
5. 請問您是否覺得在網路上，可以表現出自己另一種個性？什麼樣的個性？
6. 請問您是否在使用網路之後，對於自己的生活上有所變化？何種變化？

